

**プラップジャパン、アツヴィ社との「I know IBD プロジェクト」が  
国際 PR 協会「ゴールデン・ワールド・アワード」の 2 部門で最優秀賞を受賞**



# WINNER

PR 発想であらゆるコミュニケーション活動を支援する、株式会社プラップジャパン（本社：東京都港区、代表取締役社長：鈴木勇夫、以下 プラップジャパン）は、国際 PR 協会（IPRA）が主催する「Golden World Awards 2024」において、アツヴィ合同会社（本社：東京都港区、社長：ジェームス・フェリシアーノ）と推進する「I know IBD プロジェクト」で、Healthcare 部門と Community relations 部門の最優秀賞を受賞しました。

「Golden World Awards（ゴールデン・ワールド・アワード）」は、世界的 PR 団体である国際 PR 協会（IPRA）が世界の優れた PR 活動を表彰する業界賞です。38 種類からなる多様なカテゴリーを世界中から選ばれた PR の専門家が様々な視点や項目で審査。1990 年の創設以来、毎年世界中からエントリーが寄せられ、国際 PR アワードの最高峰として知られています。

- IPRA 公式サイト：<https://www.ipra.org/>
- Winners 2024（最優秀作品リスト）：<https://www.ipra.org/golden-world-awards/winners/>

#### 〔受賞内容〕

- アワード： Golden World Awards 2024 Winner
- カテゴリー： Healthcare 部門 / Community relations 部門
- プロジェクト名： I know IBD プロジェクト
- 推進主体： アツヴィ合同会社
- スタッフリスト： 山口 智子（コミュニケーションサービス統括本部 第9部 アカウンスーパーバイザー）  
松澤 美奈子（コミュニケーションサービス統括本部 第9部 アカウントエグゼクティブ）  
内尾 真優子（コミュニケーションサービス統括本部 第9部 アカウントエグゼクティブ）  
水浦 琢也（コミュニケーションサービス統括本部 第9部 部長）  
持富 弘士郎（戦略企画部 プランニングディレクター）

#### ■ I know IBD プロジェクトとは

本プロジェクトの目的は、「見えない壁」ともいえる、社会が気づいていない炎症性腸疾患（IBD）患者さんを取り巻く様々な課題を明らかにし、解消に取り組み、さらには IBD を正しく認知し理解する人が一人でも多く増えることで、社会全体の IBD についての理解を高めることです。

IBD 患者さんを対象に行った調査では、7 割以上の方が「日常生活に何らかの影響がある」と感じています。炎症症状による全身の倦怠感や睡眠への影響など、生活上の負担が大きくなることもあり、その象徴的な例として、半数を超える IBD 患者さんが「外出時にトイレの場所を“常に”チェックしている」と答えています。

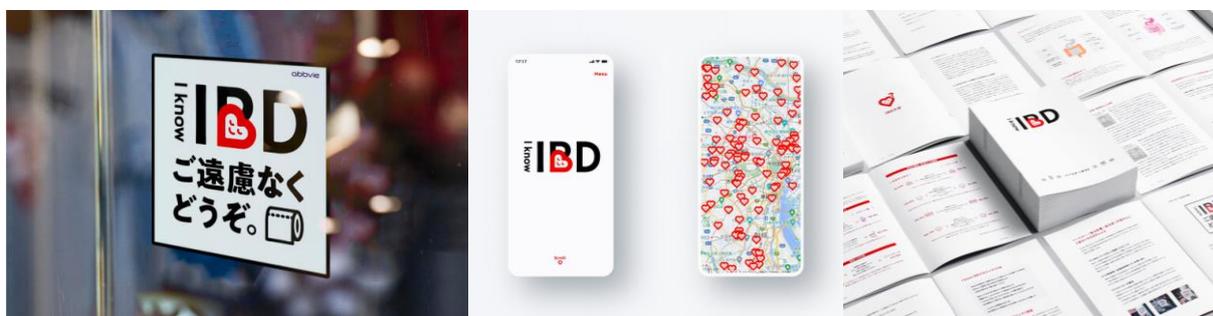
このように、患者さんの日常生活に影響する「見えない壁」の 1 つである外出時のトイレへの不安解消に取り組むプロジェクトを、「IBD を理解する日」が制定されている 2022 年 5 月に開始しました。

### ■ 具体的な取り組み

本プロジェクトの趣旨に賛同いただける協力企業・協力店を募り、IBD 患者さんに対して、施設・店舗内トイレの貸し出しを行います。また、本プロジェクトのステッカーを施設・店舗内に掲出し、IBD 患者さんへの支援・理解の可視化につなげます。さらに、協力企業・協力店の従業員を対象に IBD に関する教育資料の配布などを行い、社会全体での疾患認知と理解を広げていきます。様々な企業・店舗の賛同を得て協力者の輪を広げていくことで、トイレの問題だけでなく、IBD 患者さんを取り巻く見えない壁を解消し、希望あふれる日常の実現を目指します。

協力企業・協力店：149 社 2,977 店舗（2024 年 7 月末時点）

プロジェクト公式サイト：<https://www.iknowibd.com/prj/>



今後もプラップジャパンは、PR 発想を軸としたあらゆるコミュニケーションの力でさまざまな社会課題を解決するべく、企業・団体のコミュニケーションに関わる活動を支援してまいります。

### アッヴィについて

アッヴィのミッションは現在の深刻な健康課題を解決する革新的な医薬品の創製と提供、そして未来に向けて医療上の困難な課題に挑むことです。一人ひとりの人生を豊かなものにするため次の主要領域に取り組んでいます。免疫疾患、がん、精神・神経疾患、アイケア、さらに美容医療関連のアラガン・エステティクスポートフォリオの製品・サービスです。アッヴィの詳細については、[www.abbvie.com](http://www.abbvie.com) をご覧ください。[Facebook](#)、[Instagram](#)、[X \(旧 Twitter\)](#) や [YouTube](#) や [LinkedIn](#) でも情報を公開しています。

日本においては主に、免疫疾患、肝疾患、精神・神経疾患、がん、アイケアの領域、さらに美容医療関連のアラガン・エステティクスのポートフォリオで、製品の開発と提供に取り組んでいます。アッヴィの詳細については、[www.abbvie.co.jp](http://www.abbvie.co.jp) をご覧ください。[Facebook](#) や [YouTube](#) でも情報を公開しています。

### プラップジャパンとは

株式会社プラップジャパンは、PR 発想で企業や団体のコミュニケーション活動を包括的にサポートする、コミュニケーション・コンサルティングカンパニーです。1970 年に総合 PR 会社として創業して以来、多様な価値観の世の中において「あらゆる関係性を良好にする」というミッションを軸にビジネスの領域を広げてきました。日本・中国・東南アジアに拠点を持ち、コミュニケーション分野に専門性を持った複数のグループ会社と連携しながら、これまでの「当たり前」とらわれず、社会の視野を広げるコミュニケーションで課題を解決しています。URL：<http://www.prap.co.jp/>

【 本件に関するお問い合わせ先 】

株式会社プラップジャパン 経営企画室 広報担当

Email: [ir\\_info@ml.prap.co.jp](mailto:ir_info@ml.prap.co.jp)